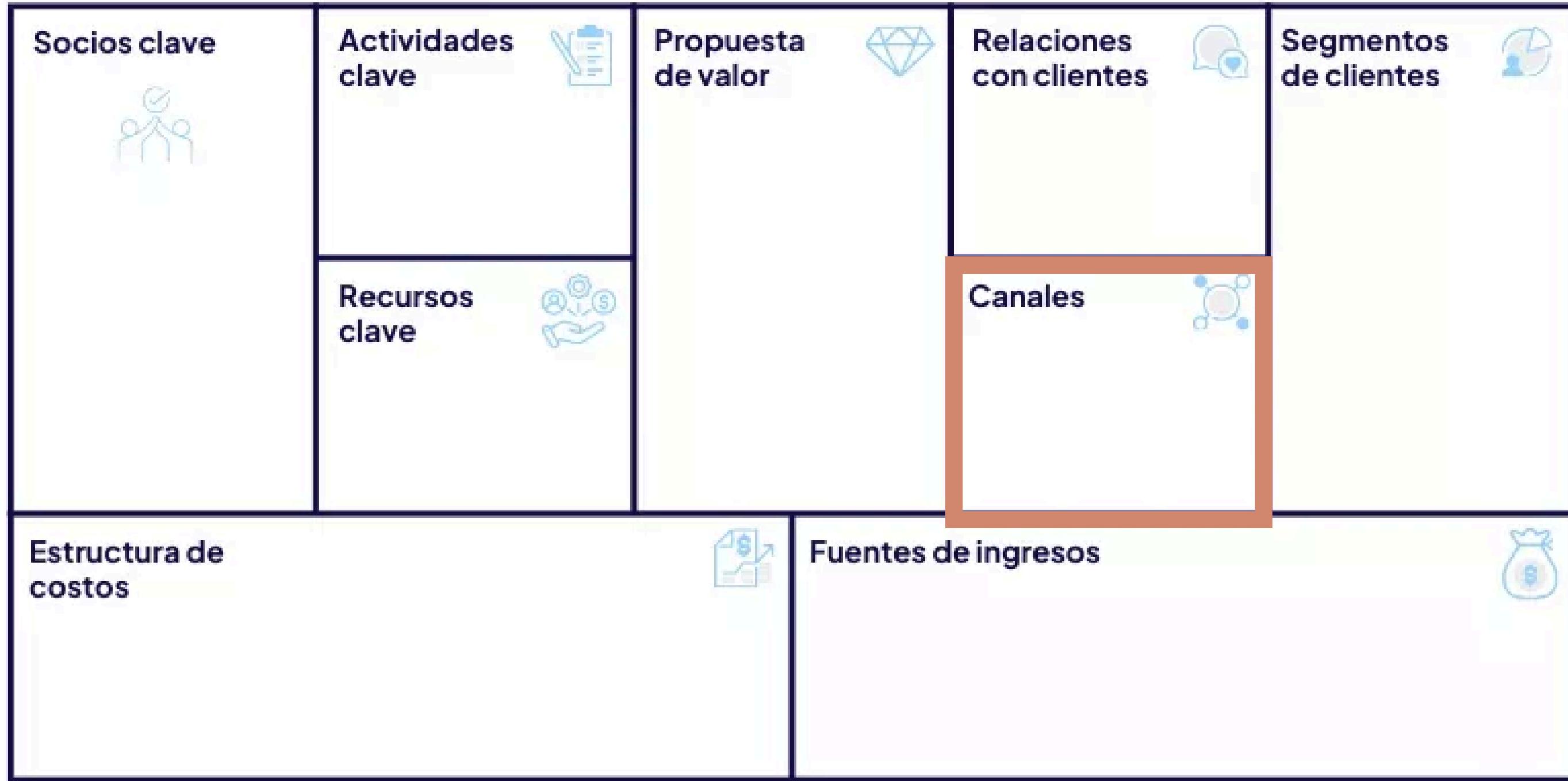
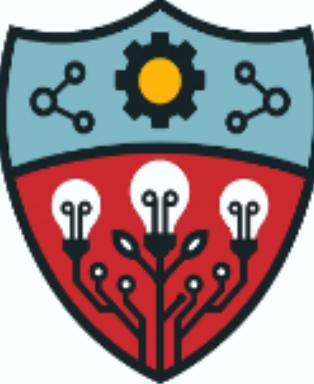


# Canales





# Canales



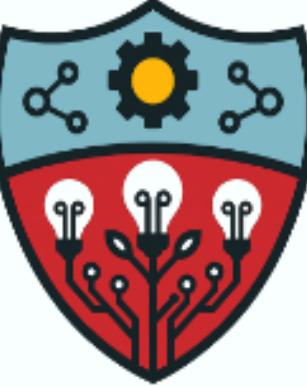
## 1. Fase de Información ¿Cómo nos conocen?

- **Redes Sociales (Ads):** Campañas en Instagram y TikTok mostrando videos cortos de personas reales logrando sus objetivos.
- **Marketing de Influencers:** Colaboraciones con atletas o entrenadores conocidos que muestran cómo usan la app en sus rutinas.
- **SEO/Contenido:** Un blog en la web con artículos , que posiciona en Google.

## 2. Fase de Evaluación ¿Cómo prueban que somos buenos?

- **App Store / Play Store:** Las reseñas (estrellas) y las capturas de pantalla son canales críticos para que el usuario evalúe si la descarga.
- **Modelo Freemium:** Ofrecer 7 días de prueba de la versión "Premium" para que el usuario sienta el valor real antes de pagar.
- **Testimonios en la Web:** Casos de éxito con fotos de "antes y después" de otros deportistas.





# Canales

## 3. Fase de Compra ¿Dónde pagan?

- **In-App Purchase (Compra integrada):** El canal principal es la propia pasarela de pago de Apple o Google dentro de la app.
- **Web Oficial: Suscripciones anuales con descuento compradas directamente en la página para evitar las comisiones de las tiendas de apps.**

## 4. Fase de Entrega ¿Cómo reciben el servicio?

- **La propia App:** Es el canal de entrega principal donde se consumen
- **Notificaciones Push:** Un canal directo que entrega "motivación" o recordatorios

